



УДК 659

Е.А. Горбатко

Горбатко Екатерина Андреевна, студентка 1-го курса (гр. ДОК/бак-18) ИБФ Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: zdorovie@mail.ru

Научный руководитель: **Матвеева Анастасия Сергеевна**, кандидат педагогических наук, доцент кафедры документоведения и проектной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: doc1996@list.ru

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ В СФЕРЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В научной статье изучается проблема документационного обеспечения сферы PR-деятельности. Раскрывается ряд вопросов, имеющих наиболее важное значение в этой области: какие виды документов используются в сфере PR, существует ли профессиональная документация в этой области деятельности, в каком формате она представляется, какие требования предъявляются к ней на современном этапе.

Ключевые слова: PR-деятельность, документ, пресс-кит, информация, информатизация, сегмент общественности.

Е.А. Gorbatko

Gorbatko Ekaterina Andreevna, 1st year student (gr. DOK / bak-18) IBF of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: zdorovie@mail.ru

Research supervisor: **Matveeva Anastasiya Sergeevna**, candidate of pedagogical sciences, associate professor of department of documentation and project activities of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: doc1996@list.ru

PROFESSIONAL DOCUMENTATION IN PR-ACTIVITY

The scientific article examines the problem of documentary support of the scope of PR activities. A number of issues that are most important in this area are revealed: what types of documents are used in PR, is there professional documentation in this area of activity, in what format does it appear, what are the requirements for it at the present stage.

Key words: PR-activity, document, press kit, information, informatization, public segment.

Всем известно, какую важную роль играют в нашей жизни документы. Каждый из нас сталкивается с ними по несколько раз в день, порой даже не задумываясь, какое значение они играют в его жизни. Современный мир динамично развивается. Мы видим, как многие сферы жизни общества поддаются информатизации, особенно ярко можно наблюдать это в сфере PR-деятельности. Здесь существует ряд вопросов, на которые мы попробуем дать ответ. Какие документы используются в данной области? Какую роль они играют в деятельности PR-специалистов? С какими видами документов ведутся работы в области PR-деятельности? В каком формате они представляются?

Для того чтобы разобраться с тем, что представляет собой документ в сфере PR-деятельности, нужно понимать, на что направлена деятельность специалиста данной сферы. Основной задачей специалиста по связям с

общественностью является непосредственно выстраивание коммуникации между сегментом общественности (клиентом) и организацией. Данная задача осуществляется путем создания работы с различными видами документов, именно через них общественность узнает информацию, которую заказчик, будь то организация или частное лицо, хочет довести до потребителя. То есть в работе PR-специалиста документ служит своего рода «инструментом», который информирует людей о деятельности определенной организации, которая выступает заказчиком и формирует в их сознании имидж и репутацию.

PR-документы во всей своей совокупности подразделяются на несколько видов: внутренние и внешние. Критерием внешних документов является то, что они выступают в качестве продукта PR-деятельности, к ним мы относим пресс-киты, пресс-релизы, различные виды брошюр, а также отчетные документы (годовой отчет, отчет о проделанной работе по конкретному проекту). Теперь обратимся к внутренним PR-документам, они представляют собой совокупность всех материалов (документов), суть которых лежит в формировании организационных (стратегических) основ, то есть это определенные PR-концепции, PR-предложения, планы, бюджеты и др.).

Таким образом, перечисленные выше документы выступают в роли универсального инструмента достижения цели, и с их помощью устанавливается связь между организацией и ее целевой аудиторией.

Нельзя не отметить тот факт, что любая, даже личная встреча, подкрепляется соответствующим пакетом PR-документов. Сложно представить какое-либо заседание или пресс-конференцию без соответствующего документационного обеспечения. Например, годовое собрание акционеров обязательно будет подкреплено годовым отчетом, а пресс-конференция, к примеру, не обойдется без такого вида документа, как пресс-кит.

Любой PR-документ содержит в себе ту информацию, которую необходимо донести до определенной аудитории, следовательно, мы понимаем, что в сфере PR-деятельности документ выполняет ряд немаловажных задач, главными из которых является информирование и убеждение в чем-либо определенной аудитории.

Основным документом в PR-деятельности, выполняющим ряд главных функций, является так называемый информационный пакет. Понятие «информационный пакет» имеет не один вариант определений, однако наиболее распространенной и обширной является трактовка, где данный термин выступает как основной инструмент связей с общественностью, включающий в себя различные виды материалов и широко используемый в самых разных мероприятиях.

Из данного определения мы можем понять следующее, информационный пакет – это совокупность документов, которая содержит достаточную для представления информацию о каком-либо событии. Стандартный пресс-пакет состоит из перечня конкретных документов. К ним относят: пресс-релиз, информационное письмо, один или несколько дополнительных материалов (в зависимости от характера материала). Данная совокупность документов оказывает вспомогательную функцию для PR-специалистов при работе с конкретными материалами.

Любой документ имеет определенные критерии оформления, документ в сфере PR-деятельности не стал исключением. Рассмотрим два основных правила оформления документа в сфере PR на примере пресс-пакета (информационного пакета) [1].

Первый вариант является более простым и экономичным, суть его заключается в следующем: весь подобранный материал, а это могут быть бэкфаундеры, биографии, брошюры и т.п., формируется в папку и представляется как целостный документ. Данный вариант оформления PR-документов характерен для презентаций, выставок, но главной его

особенностью является то, что он незаменим в те моменты, когда информация может поступать в режиме реального времени.

Что касается второго, более экономически затратного варианта оформления PR-документа, то этот способ заключается в представлении документа, в котором отражается необходимая информация в виде сброшюрованной «книжки». Данный вариант в своей работе имеет как плюсы, так и минусы. Например, благодаря брошюре документ может быть сохранен PR-специалистом на более длительный срок, а также при данном способе оформления документ выглядит визуально более привлекательно, что в свою очередь может привлечь и заинтересовать целевую аудиторию [2].

Что касается минусов данного варианта оформления, то в отличие от первого, при работе с данным документом может возникнуть ряд трудностей с внесением и изменением определенной информации.

Таким образом, мы видим, что любая PR-деятельность непосредственно связана с подготовкой и использованием определенной совокупности PR-документов. Использование грамотных методических материалов и их написание в определенных документах становится одним из базовых условий компетентной состоятельности PR-специалиста.

Значительное место в данном вопросе отводится не только умению составлять, но и непосредственно умению использовать PR-документы: например, в какой наиболее удачной форме стоит презентовать пресс-кит, в какое наиболее удачное время это стоит сделать, в какие ситуации можно ограничиться информационным письмом или пресс-китом. Глобальная роль лежит на соответствии формы PR-документа какому-то определенному (заданному) моменту, это лежит в основе профессиональной PR-культуры в целом.

Список используемой литературы:

- 1). Понятие PR-документа в связях с общественностью. URL:
<http://ekrost.ru/poster/analiz-osobennostei-pr-tekstov-v-gazetah.html>
- 2). *Игнатьев Д.* Настольная энциклопедия Public Relations. URL:
http://www.advesti.ru/publish/pr/180405_bazdocs/